

学校编码: 10384



分类号\_\_\_\_密级\_\_\_\_

学号: 17920101150728

UDC\_\_\_\_

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

中水工程非洲工程承包营销策略  
Africa project marketing strategy of Sinohydro

黄 挺

指导教师姓名: 郭朝阳 教授

专 业 名 称: 工商管理(MBA)

论文提交时间: 2013 年 4 月

论文答辩日期: 2013 年 6 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2013 年 6 月

厦门大学博硕士论文摘要库

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

- (        ) 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于     年     月     日解密，解密后适用上述授权。
- (        ) 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年     月     日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 中文摘要

建设工程产品与一般的工业品、消费品不同，它具有投资额高、建设期长、风险因素多等特点。同理，建设工程的市场营销也与一般产品的市场营销不尽相同。随着我国“走出去”步伐的不断加快，如何精准、有效地进行国际工程市场营销，扩大我国在国际工程建设市场上的市场份额，对促进我国技术、设备、劳务的出口有着重大的意义。

本文主要以中国水利水电第十六工程局有限公司非洲工程承包营销策略为研究对象，从市场营销学和对外承包工程相关理论着手，首先阐述了对外承包工程及市场营销的内容定义，为文章展开铺垫好理论基础。然后对该公司的情况及存在问题进行介绍，紧接着对非洲政治、经济、法律等外部环境及工程市场现状、特点进行分析，全面把握非洲工程承包市场情况及该公司的非洲市场竞争能力。再接着，利用 STP 分析、营销组合策略，分析研究该公司针对非洲工程市场应采取的市场营销策略，并以非洲喀麦隆曼维莱水电站工程的实际案例来进一步验证我国对外承包工程企业在开拓非洲工程市场时应采用的营销策略。最后，总结公司开拓非洲工程市场的经验，指出全文不足及展望未来，并衷心希望通过本文能够为我国对外工程承包企业从事国际工程市场营销活动提供一些借鉴和帮助。

**关键词：**国际工程承包；STP 营销；非洲；中国水利水电建设股份有限公司

厦门大学博硕士论文摘要库



## Abstract

Construction products are different from general industrial products and consumption goods, which have characteristics of high investment , long construction period, many risk factors and so on. Likewise, the marketing of construction is also dissimilar to the marketing of general products. As the pace of China's "going out" strategy is accelerated, how to accurately and effectively implement the marketing of international construction, and expand market share of our companies in the international construction market, is quite significant to promote the export of China's technology, equipment and labor .

This paper takes Africa project marketing strategy of Sinohydro Bureau 16 company Limited as the research object. Embarking from the related theories of marketing and foreign project contracting; firstly, elaborating the content definition of foreign project contracting and marketing to establish a theoretical foundation for the paper; secondly, introducing the situation and problems of company; thirdly, analyzing the external environment of politics, economy and law and the like in Africa and project market situation and characteristics thereof to comprehensively grasp the project contracting marketing situation in Africa and the competitive ability of company's ability in Africa market; forthly, using the STP analysis and marketing combined strategy to analyze and study the marketing strategy of S company taken for project market in Africa, and taking Memve'ele Hydroelectric Power Station Project in Camroon as an embodiment to further elaborate the marketing strategies that our foreign project contracting enterprises should be taken in developing market in Africa; finally, summarizing market development experience in Africa of company, pointing out the deficiency of the paper and expecting the future. Also, sincerely hoping that this paper can provide some reference and help for Chinese construction companies on international project marketing activities.

**Keywords:** International project contracting; STP marketing; Africa ;  
Sinohydro Group Ltd

厦门大学博硕士论文摘要库

## 目 录

第一章 绪论 .....	1
第一节 研究背景 .....	1
第二节 研究的目的和意义 .....	2
第三节 研究方法 .....	2
第四节 研究内容及框架 .....	3
第二章 理论综述 .....	5
第一节 市场营销理论的产生、发展与定义 .....	5
第二节 国际工程承包概述及国际市场营销 .....	5
第三节 STP 营销 .....	6
第四节 营销组合策略 .....	7
第三章 公司的情况介绍及国际营销存在的问题 .....	8
第一节 基本情况介绍 .....	8
第二节 现状介绍 .....	9
第三节 非洲项目实施情况分析 .....	17
第四节 国际工程市场营销的问题分析 .....	19
第五节 公司国际市场营销中存在的问题 .....	21
第四章 非洲工程承包市场营销环境分析 .....	23
第一节 宏观环境分析 .....	23
第二节 非洲工程承包市场 .....	26
第三节 中国企业在非洲的工程承包 .....	29
第四节 公司非洲工程承包市场主要竞争对手分析 .....	30
第五节 公司在非洲工程市场竞争力分析 .....	33
第五章 开拓非洲工程承包市场营销策略 .....	36
第一节 STP 营销 .....	36

第二节 非洲市场营销组合策略 .....	39
第三节 公司非洲市场营销策略 .....	42
第四节 非洲喀麦隆曼维莱水电站工程实际案例 .....	43
<b>第六章 总结与展望 .....</b>	<b>47</b>
第一节 总结公司开拓非洲工程市场经验 .....	47
第二节 论文不足及未来的展望 .....	48
<b>参考文献 .....</b>	<b>49</b>
<b>致谢 .....</b>	<b>51</b>

# CONTENTS

<b>ChaPter1</b>	<b>Introduction .....</b>	<b>1</b>
1.1	Research background .....	1
1.2	The purpose and significance of the research .....	2
1.3	Research method .....	2
1.4	The research content and framework .....	3
<b>ChaPter2</b>	<b>Summary of the theory .....</b>	<b>5</b>
2.1	Produce, development and definition of marketing theory .....	5
2.2	International project contracting and international marketing.....	5
2.3	STP marketing .....	6
2.4	Marketing mix strategy .....	7
<b>ChaPter3</b>	<b>The introduction and international marketing problems of the company .....</b>	<b>8</b>
3.1	Introduces the basic situation .....	8
3.2	Introduces the present situation .....	9
3.3	The problems of international marketing .....	17
3.4	Analysis of problems in international project marketing .....	19
3.5	Existing problems of the company in the international marketing .....	21
<b>ChaPter4</b>	<b>The analysis of marketing environment project contracting market in Africa .....</b>	<b>23</b>
4.1	The macro environment analysis .....	23
4.2	Project contracting market in Africa .....	26
4.3	Chinese enterprises in Africa project contracting market.....	29
4.4	The analysis of the main competitors in Africa project contracting market .....	30
4.5	Analysis of the competitiveness in Africa project market.....	33
<b>ChaPter5</b>	<b>Develop marketing strategy for Africa project contracting market</b>	<b>36</b>
5.1	STP marketing .....	36
5.2	Marketing mix strategy for Africa market.....	39
5.3	The marketing strategy in Africa market.....	42
5.4	The case of Manville Hydropower Station in Africa .....	43
<b>ChaPter6</b>	<b>Summary and Outlook .....</b>	<b>47</b>

<b>6.1 Summary of S company to develop Africa project market experience ....</b>	<b>47</b>
<b>6.2 The paper shortage and future vision.....</b>	<b>48</b>
<b>Reference .....</b>	<b>49</b>
<b>Thanks .....</b>	<b>51</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 第一章 绪 论

### 第一节 研究背景

我国对外承包工程，最早可以追溯至上世纪 50 年代的对外经济援助。从上世纪 80 年代开始，我国对外承包工程才真正进入了发展阶段。经过 30 多年的发展，我国对外承包工程市场从无到有，从小到大，从低端到高端，经历了一段峥嵘的历程，取得了不凡的成就，并逐渐发展为一个欣欣向荣的产业。特别是 2000 年以来，我国政府提倡中国企业“走出去”参与全球资源配置，进行国际化竞争，实施国际化经营。国际工程外部环境的复杂程度、业务标准的高度、项目管控的难度大大高于国内工程，这对刚刚从计划经济转型过来的中国企业极具挑战性。据商务部统计，2012 年我国对外承包工程业务完成营业额 1166 亿美元，同比增长 12.7%；新签合同额 1565.3 亿美元，同比增长 10%。截至 2012 年底，累计签订合同额 9981 亿美元，完成营业额 6556 亿美元<sup>1</sup>。

非洲土地辽阔，人口众多，是目前全球最为落后、贫穷的地区。正因为如此，才会有大量水利水电、房屋建设、铁路、市政等基础性设施需要建设。近年来，随着石油及原材料的价格在国际市场上不断走高，作为资源出口方的非洲各国出口收入不断增加、经济增长迅速。同时，非洲也是接受国际经济组织贷款和援助最多的地区。非洲国家为了实现民族的发展和复兴，纷纷将关系到国计民生的基础设施建设作为国家经济发展的重中之重。据初步统计，从现在起至 2023 年的 10 年时间内，非洲国家每年将至少投入 930 亿美元用于改善民生的基础设施建设。特别是非洲电力奇缺，为了快速实现工业化进程，非洲各国更是将电力工程建设作为发展国民经济的支柱产业。

目前，我国同非洲国家的经贸关系日趋密切。中非合作论坛自 2000 年创立以来，中非政府高层领导对双方的经贸合作高度重视，经过双方政府和企业方面这些年来的共同努力，中非之间的经贸合作已经进入到快速、全面、稳定的发展阶段。在 2008 年底爆发的全球性金融危机的大背景下，世界经济一直未能

---

<sup>1</sup> 数据来源：2012 年我国对外承包工程简明业务统计，商务部网站，<http://www.mofcom.gov.cn/>，2013-1-18

完全复苏，原材料与劳动力价格大幅度上涨，人民币不断升值，我国对外承包工程形势整体比较严峻。2011 年以来，我国对外承包工程市场未能保持“十一五”高速增长的良好势头，出现了增速回落的态势。总体上的趋势上看，可以归纳为亚洲市场热度降低，非洲市场继续保持快速增长，拉美市场份额进一步扩大。目前非洲工程市场占我国对外承包工程市场比重不断上升，至 2012 年占我国对外承包工程市场近 40% 的份额，已成为中国对外承包工程业务的主要支撑点。因此，研究中国对外承包工程企业如何面对当前的机遇与挑战，采取何种营销策略，怎样充分利用国家支持对外承包工程业务发展的政策优势，如何不断进行内部管理提升，完善自身的管理体系建设，进行品牌营销，加快开拓对外承包工程市场以及解决经营进程中实际存在的问题，都关系着企业的发展与壮大。

## 第二节 研究的目的和意义

文章主要选取了正在进行国际化经营战略转型中的中国水利水电第十六工程局有限公司为研究对象，是基于该公司正处于传统的国内工程承包商向国际工程承包商角色转移的历史性时刻，其自身存在的优势和不足在国内同类企业中较具有代表性。随着我国建筑业市场竞争日趋激烈，国内的一个工程项目往往会吸引数十家乃至上百家工程承包企业参与投标竞争。建筑行业内恶性竞争不断，国内工程市场利润率不断下降，有些项目甚至达到了零利润。为了转变经济发展模式，谋求企业更好、更快发展，越来越多工程承包企业参与到对外承包工程市场的竞争之中。本文通过对该公司开拓非洲工程市场营销策略的研究和分析，希望为我国建筑类企业“走出去”营销策略抛砖引玉，为它们解决国际工程市场营销过程中遇到的问题提供类似的参考和帮助。

## 第三节 研究方法

### 一、文献研究法

目前，学术界在研究如何开拓非洲工程承包市场的方面已取得一定的成果。研究这些已有成果，不仅能够快速、完整地了解到我国目前对非洲工程承包市场



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库